

Quizá, por sobre todas las cosas, el libro fue concebido como un manifiesto. Yo buscaba definir un espacio. Comprometerme con quienes están fuera de mi discurso, tanto en los otros ámbitos académicos como en el mundo que está más allá de ellos. Era hora, creía, de tomar en serio los medios.

El estudio de los medios debe ser crítico. Debe ser relevante. Debe establecer y mantener cierta distancia con respecto a su objeto. Debe ser un pensamiento en acción. Espero que lo que sigue cumpla, por lo menos en alguna medida, con estos exigentes requisitos.

Sin embargo, si logra alcanzar, aunque sea en parte, sus objetivos, será gracias a que tantas personas, colegas como estudiantes, contribuyeron directa e indirectamente a ello. Permítanme citarlos con gratitud y en orden alfabético: Caroline Bassett, Alan Cawson, Stan Cohen, Andy Darley, Daniel Dayan, Simon Frith, Anthony Giddens, Leslie Haddon, Julia Hall, Matthew Hills, Kate Lacey, Sonia Livingstone, Robin Mansell, Andy Medhurst, Mandy Merck, Harvey Molotch, Maggie Scammell, Ingrid Schenk, Ellen Seiter, Richard Sennett, Bruce Williams, Janice Winship y Nancy Wood. Ninguno de ellos, por supuesto, tiene responsabilidad alguna por los errores y desaciertos que aún persistan.

1. La textura de la experiencia

El *talk show* diurno de Jerry Springer, 22 de diciembre de 1998. Repetido por enésima vez en el canal satelital *UK Living*. Springer habla con hombres que trabajan de mujeres. Dos filas de travestidos y transexuales discuten su vida, sus relaciones y su trabajo. La audiencia televisiva los azuza. Les hacen preguntas sobre tener hijos. Una pareja intercambia anillos: «Después de todo, no lo hicimos antes y estamos en la televisión nacional». Jerry cierra con una homilía acerca de la normalidad y la falta de seriedad de ese comportamiento y recuerda ante su público a Milton Berle y *Some Like it Hot* [*Una Eva y dos Adanes*]:* la actuación en una época más inocente cuando el travestismo no se veía como una especie de perversión.

Un momento de la televisión. Explotador pero también explotable. Un momento olvidado con facilidad, una partícula subatómica, un pinchazo en el espacio mediático, pero hoy, aunque más no sea en esta página, evocado, señalado, sentido, fijado. Un momento de la televisión que era local (todos los personajes trabajaban en un restaurante temático de Los Angeles), nacional (se transmitía originariamente en Estados Unidos) y global (lo vimos aquí). Un momento de la televisión que araña la superficie de la sensibilidad suburbana, toca los márgenes, llega a la base.

Un momento de la televisión que, sin embargo, servirá perfectamente su propósito. Representa lo corriente y lo continuo. En su singularidad, resulta

* Entre corchetes y en bastardillas, los títulos de filmes según se conocieron en la Argentina. (N. del T.)

completamente típico. Un elemento en la constante masticación mediática de la cultura cotidiana, cuyos significados dependen de si verdaderamente lo advertimos, si nos afecta, nos escandaliza, nos repele o nos compromete, a medida que entramos, salimos y atravesamos con rapidez nuestro ambiente mediático cada vez más insistente e intenso. Un elemento que se ofrece al espectador fugaz y a los anunciantes que reclaman su atención, acaso con desesperación creciente. Y que se me ofrece como punto de partida en un intento por responder a la pregunta: ¿por qué estudiar los medios? Lo hace contradictoriamente, desde luego, pero también con toda naturalidad, porque plantea muchas cuestiones, cuestiones que no pueden ignorarse, cuestiones que surgen del mero reconocimiento de que nuestros medios son ubicuos, cotidianos, constituyen una dimensión esencial de la experiencia contemporánea. No podemos evadirnos de la presencia de los medios, ni de sus representaciones. Hemos terminado por depender de los medios impresos y electrónicos para nuestros placeres e información, confort y seguridad, para tener cierta percepción de las continuidades de la experiencia y, de vez en cuando, también de sus intensidades. El funeral de Diana, princesa de Gales, fue un caso significativo.

Puedo consignar las horas que el ciudadano global pasa ante el televisor, junto a la radio, hojeando los diarios y, cada vez más, navegando por Internet. Puedo señalar, también, que estas cifras varían globalmente de norte a sur y dentro de cada país, de acuerdo con los recursos materiales y simbólicos. Puedo anotar cantidades: las ventas globales de *software*, las variaciones en la concurrencia a los cines y el alquiler de videos, la propiedad personal de computadoras de escritorio. Puedo reflexionar sobre los patrones de cambio y, si soy lo bastante temerario, sobre las proyecciones aleatorias de las futuras tendencias del consumo. Pero al hacer todas esas cosas, o cualquiera de ellas, me quedo patinando sobre la superficie de la cultura mediática. Una su-

perficie que con frecuencia resulta suficiente para quienes están interesados en vender, pero que es claramente insuficiente si nos interesa qué hacen los medios y qué hacemos nosotros con ellos. Y es insuficiente si queremos captar la intensidad e insistencia de nuestra vida con nuestros medios. Por eso tenemos que convertir la cantidad en calidad.

*Textura
de la
experiencia*

Mi idea es que debemos estudiar los medios porque son centrales en nuestra vida cotidiana. Estudiarlos como dimensiones sociales y culturales, y como dimensiones políticas y económicas del mundo moderno. Estudiarlos en su ubicuidad y complejidad. Estudiarlos en su aporte a nuestra capacidad variable de comprender el mundo, elaborar y compartir sus significados. Sostengo que debemos estudiar los medios, según expresa Isaiah Berlin, como parte de la «textura general de la experiencia», una expresión que alude a la naturaleza fundada de la vida en el mundo, a los aspectos de la experiencia que damos por sentado y que deben sobrevivir si pretendemos vivir juntos y comunicarnos unos con otros. Desde hace mucho, los sociólogos se preocupan por la naturaleza y calidad de esa dimensión de la vida social, en su posibilidad y continuidad. Tampoco los historiadores, al menos según Berlin, pueden evitar depender de ella, porque su trabajo, el de todos los integrantes de las ciencias humanas, depende a su turno de la capacidad de reflexionar sobre el otro y entenderlo.

Hoy, los medios son parte de la textura general de la experiencia. Si incluyéramos el lenguaje como un medio, seguiría siendo así, y tal vez querríamos entonces considerar las continuidades del habla, la escritura y la representación impresa y audiovisual como indicativas del tipo de respuestas que busco para mi pregunta; que si no prestamos atención a las formas y contenidos y a las posibilidades de la comunicación, tanto dentro de lo que damos por sentado en nuestra vida como contra ello, nunca lograremos entender esa vida. Punto.

La caracterización de Berlin es, desde luego, sobre todo metodológica. El porqué implica necesariamente

el cómo. La historia debe ser una empresa humanística, no científica en su búsqueda de leyes, generalizaciones o conclusiones éticas, sino una actividad fundada en el reconocimiento de la diferencia y la especificidad y la conciencia de que los asuntos de los hombres (¡cuán trágica es la inflexión de género en la imaginación liberal!) exigen una clase de comprensión y explicación un tanto alejadas de las exhortaciones kantiana y cartesiana en pro de la racionalidad y la razón puras. Esa será mi reivindicación del estudio de los medios, y también volveré de vez en cuando a sus métodos.

Berlin señala también que el tipo apropiado de explicación está relacionado con el análisis moral y estético:

«en la medida en que presupone concebir a los seres humanos no meramente como organismos en el espacio, cuyas regularidades de conducta pueden describirse y encerrarse en fórmulas que ahorran esfuerzos, sino como seres activos, que persiguen fines, modelan su vida y la de otros, sienten, reflexionan, imaginan, crean, en constante interacción e intercomunicación con otros seres humanos; en síntesis, que están embarcados en todas las formas de experiencia que entendemos porque las compartimos, y que no vemos como simples observadores externos» (Berlin, 1997, pág. 48).

Su confianza en un sentimiento de humanidad compartida es conmovedora y discrepa, quizá, con el saber transmitido contemporáneo, pero sin ella estamos perdidos y el estudio de los medios se convierte en una imposibilidad. También esto dará forma a mi análisis, y volveré sobre ello.

En los intentos por captar el papel de los medios en la cultura contemporánea hay otras metáforas. Hemos pensado en ellos como conductos que proponen rutas más o menos despejadas desde el mensaje hasta la mente; podemos considerarlos como lenguajes, que proporcionan textos y representaciones para su interpretación; o abordarlos como un marco que nos envuelve en

Como explicación lo ve el autor
como le medicina, que estudia
historia

la intensidad de una cultura mediática que alternativamente sacia, contiene y desafía. Marshall McLuhan ve los medios como extensiones del hombre, como prótesis que realzan a la vez el poder y el alcance pero que acaso —y es posible que él lo haya advertido— nos incapacitan y capacitan al mismo tiempo, en la medida en que, tanto sujetos como objetos de los medios, nos entrelazamos de manera gradual en lo profilácticamente social.

Podríamos pensar en los medios como profilácticamente sociales, por cuanto se han convertido en sustitutos de las incertidumbres habituales en la interacción cotidiana, al generar incesante e insidiosamente los como si de la vida diaria y crear cada vez más defensas contra las intrusiones de lo inaceptable o lo inmanejable. Gran parte de nuestra inquietud pública por los efectos de los medios se concentra en un aspecto de lo que vemos especialmente en los nuevos medios: que lleguen a desplazar la sociabilidad corriente y que estemos creando, sobre todo por conducto de nuestros hijos varones y muy en particular de nuestros hijos varones negros o de clase obrera (todavía el centro de nuestro pánico moral), una raza de adictos a la pantalla. Marshall McLuhan (1964) no va tan lejos a pesar de su ambivalencia. Al contrario. Pero su visión de la cultura cyborg se adelanta unos veinte años a la de Donna Haraway (1985).

Estas metáforas son útiles. En rigor, sin ellas estaríamos condenados a observar nuestros medios como si fuera a través de un vidrio oscuro. Pero como todas las metáforas, la luz que arrojan es parcial y efímera, y es preciso que las trascendamos. Mi objetivo es justamente ese. La respuesta a mi pregunta implicará rastrear los medios de comunicación a través del modo como participan en la vida social y cultural contemporánea. Esto implicará examinar los medios como un proceso, como algo que actúa y sobre lo que se actúa en todos los niveles allí donde los seres humanos se congreguen, tanto en el espacio real como el virtual, donde se comuniquen, donde procuren convencer, informar, entre-

20. entre uno y otro

tener, educar, donde busquen de muchas maneras y con diversos grados de éxito conectarse unos con otros.

Entender los medios como proceso y reconocer que este es fundamental y eternamente social significa insistir en su carácter históricamente específico. Los medios están cambiando y han cambiado de manera radical. El siglo XX vio convertirse el teléfono, el cine, la radio y la televisión tanto en objetos de consumo masivo como en herramientas esenciales para la vida cotidiana. Hoy nos enfrentamos con el fantasma de una mayor intensificación de la cultura mediática, a través del crecimiento global de Internet y la promesa (algunos dirían la amenaza) de un mundo interactivo en el que nada ni nadie podrá escapar a un acceso instantáneo.

Entender los medios como proceso también implica reconocer que el proceso es, en lo fundamental, político o, quizá, con mayor rigor, políticamente económico. Los significados que se proponen y elaboran por medio de las distintas comunicaciones que inundan nuestra vida diaria surgieron de instituciones progresivamente más globales en su alcance y en sus sensibilidades e insensibilidades. Apenas oprimidas por el peso histórico de dos siglos de avance capitalista y cada vez más desdeñosas del poder tradicional de los estados naciones, han establecido una plataforma para —hay que aceptarlo— la comunicación *masiva*. A pesar de su diversidad y flexibilidad crecientes, esta es aún su forma dominante, que restringe e invade las culturas locales, aunque no las subyuga.

Los movimientos entre las instituciones dominantes de los medios globales tienen una escala tectónica: una erosión cultural progresiva y luego súbitos cambios sísmicos cuando algunas multinacionales surgen del mar como cordilleras, mientras otras se hunden y, como la Atlántida, sólo se recuerdan en los mitos como si alguna vez hubieran sido, quizá, pasable y relativamente benévolas. El poder de estas instituciones, la capacidad de controlar las dimensiones productivas y distributivas de los medios contemporáneos, y el debilitamiento

correlativo y gradual de los gobiernos nacionales que les impide controlar el flujo de palabras, imágenes y datos dentro de sus fronteras nacionales, son profundamente significativos e indiscutibles. Se trata de un rasgo central de la cultura mediática contemporánea.

Gran parte del debate contemporáneo se alimenta de la percepción de la velocidad de estos distintos cambios y transformaciones, pero confunde la velocidad del cambio tecnológico, e incluso del cambio en las mercancías, con la del cambio social y cultural. Hay una tensión constante entre lo tecnológico, lo industrial y lo social, una tensión que es preciso afrontar si queremos reconocer a los medios, efectivamente, como un proceso de mediatización. Puesto que hay pocas líneas directas de causa y efecto en el estudio de los medios. Las instituciones no elaboran significados. Los proponen. Las instituciones no cambian de manera pareja. Tienen diferentes ciclos de vida y diferentes historias.

Pero entonces nos enfrentamos a otra cuestión, y luego a otra y a otra. ¿Quién mediatiza los medios? ¿Y cómo? ¿Y con qué consecuencias? ¿Cómo podríamos entender los medios a la vez como contenido y forma, visiblemente calidoscópicos, invisiblemente ideológicos? ¿Cómo evaluamos el modo como se producen las luchas en torno y dentro de los medios: luchas por la propiedad y el control de instituciones y significados; luchas por el acceso y la participación; luchas por la representación; luchas que informan y afectan la percepción de los otros y la de nosotros mismos?

Estudiamos los medios porque queremos respuestas a estas preguntas, respuestas que, sabemos, no pueden ser concluyentes y, en rigor, no deben serlo. Por más atractivo o superficialmente convincente que pueda parecer, no es posible establecer una teoría única de los medios. A decir verdad, sería un terrible error tratar de encontrar una. Un error político, un error intelectual, un error moral. No obstante, nuestra preocupación *con* los medios es siempre, y al mismo tiempo, una preocupación *por* los medios. Queremos aplicar lo que

hemos llegado a entender, comprometer a quienes pueden estar en condiciones de responder, alentar la reflexividad y la responsabilidad. El estudio de los medios debe ser una ciencia tan relevante como humanística.

Las respuestas a mis propias preguntas, por lo tanto, se basarán en una percepción de estas complejidades, que son a la vez sustantivas, metodológicas y, en el sentido más amplio, morales. Después de todo, tengo que vérmelas con seres humanos y sus comunicaciones, con la lengua y el habla, con el decir y lo dicho, con el reconocimiento y el no-reconocimiento, y con los medios como intervenciones técnicas y políticas en el proceso de asignar un sentido a las cosas.

De allí el punto de partida. La experiencia. La mía y la de ustedes. Y su habitualidad.

Con frecuencia, la investigación sobre los medios prefirió lo significativo, el acontecimiento, la crisis, como base de su indagación. Hemos contemplado perturbadoras imágenes de violencia o explotación sexual y tratado de apreciar sus efectos. Nos hemos concentrado en acontecimientos mediáticos clave, como la Guerra del Golfo o los desastres, tanto naturales como obra del hombre, para explicar el papel de los medios en el manejo de la realidad o el ejercicio del poder. También nos concentramos en los grandes ceremoniales públicos de nuestra época para explorar su papel en la creación de la comunidad nacional. Todo esto tiene un sentido, puesto que desde Freud sabemos cuánto revela sobre lo normal la investigación de lo patológico, e incluso de lo exagerado. No obstante, la atención constante hacia lo excepcional provoca inevitables lecturas erróneas. Puesto que los medios son, si no otra cosa, diarios. Tienen una presencia constante en nuestra vida cotidiana, dado que entramos y salimos, nos conectamos y desconectamos de un espacio mediático, una conexión mediática, a otros. De la radio a los diarios, de los diarios al teléfono. De la televisión al equipo de alta fidelidad, de este a Internet. En público y en privado, solos y con otros.

Los medios actúan de manera más significativa en el ámbito mundano. Filtran y modelan las realidades cotidianas a través de sus representaciones singulares y múltiples, y proporcionan mojones, referencias, para la conducción de la vida diaria y la producción y el mantenimiento del sentido común. Y es aquí, en lo que pasa por sentido común, donde debemos fundar el estudio de los medios. Ser capaces de pensar que la vida que llevamos es una realización constante que requiere nuestra participación, si bien con mucha frecuencia en circunstancias sobre las cuales tenemos poco o ningún poder de decisión y en las que lo mejor que podemos hacer es simplemente arreglárnoslas. Los medios nos dieron las palabras para hablar e ideas para expresar, no como una fuerza desencarnada que actúa contra nosotros mientras nos ocupamos de nuestros asuntos cotidianos, sino como parte de una realidad en la cual participamos y compartimos y que sostenemos diariamente por intermedio de nuestras conversaciones e interacciones habituales.

Debemos comenzar en el sentido común, por supuesto ni singular ni indiscutido. El sentido común, tanto la expresión como la precondition de la experiencia. El sentido común, compartido o al menos compartible, y medida a menudo invisible de la mayoría de las cosas. Los medios dependen de él. Lo reproducen, apelan a él pero también lo explotan y lo representan erróneamente. Y, a decir verdad, su falta de singularidad da pábulo a las disputas y consternaciones cotidianas cuando nos vemos obligados, tanto a través de los medios como de cualquier otra cosa, y quizá cada vez más sólo a través de ellos, a ver y enfrentar los sentidos y culturas comunes de los otros. El miedo a la diferencia. El horror de la clase media ante las páginas de la prensa amarilla o los tabloides. La precipitada y posiblemente filistea desestimación de lo estético o lo intelectual. Los prejuicios contra naciones o géneros. Los valores, actitudes, gustos, culturas de clase, etnicidades y demás, que son reflejos y constituciones de la experiencia y, como tales,

ámbitos clave para la definición de identidades, para nuestra capacidad de situarnos en el mundo moderno. Y gracias al sentido común estamos en condiciones, si realmente lo estamos, de compartir nuestra vida con los otros y distinguirla de ellos.

Esta capacidad para la reflexión —en rigor, su carácter central— ha sido señalada con bastante frecuencia por quienes buscan definir las características determinantes de la modernidad y la posmodernidad, no obstante lo cual sus reflexiones tienden a ver el giro reflexivo más o menos exclusivamente en los textos especializados de filosofía o ciencias sociales. Por mi parte, quiero reclamarla también para el sentido común, para lo cotidiano y, en verdad, de vez en cuando, incluso, o acaso especialmente, para los medios. Los medios son centrales para este proyecto reflexivo no sólo en las narraciones socialmente conscientes de las telenovelas, los programas diurnos de conversaciones o los programas de radio con participación telefónica del público, sino también en las noticias y los asuntos del momento y en la publicidad, cuando, a través de las múltiples lentes de los textos escritos, auditivos o audiovisuales, el mundo que nos rodea se despliega y representa: reiterada e interminablemente.

¿Qué otras cualidades podríamos adjudicar a la experiencia en el mundo contemporáneo y en el papel que los medios juegan dentro de él?

Perdónenme si me embarco en metáforas espaciales para intentar esbozar una respuesta, porque me parece que el espacio proporciona efectivamente el marco más satisfactorio para abordar la cuestión. También el tiempo, desde luego, pero el tiempo —y esto es hoy un lugar común de la teoría posmoderna— ya no es lo que era. Ya no una serie de puntos, ya no claramente delimitado por distinciones de pasado, presente y futuro, ya no singular, ya no compartido, ya no resistente. Podemos decir todo esto a sabiendas, sin embargo, de que esa desestimación no está del todo bien o, por lo menos, que es prematura; a sabiendas de que la vida transcurre en el

tiempo y que es finita; a sabiendas, también, de que la secuencia es todavía central, que el tiempo no es reversible (excepto, por supuesto, en la pantalla) y que todavía pueden contarse historias. Sabemos que vivimos nuestra vida a través de los días, las semanas y los años; una vida marcada por las reiteraciones de trabajo y juego, las repeticiones del calendario y las *longues durées* de una historia apenas advertida y quizá cada vez más olvidable. Los medios son en buena medida responsables de esta situación, en especial los computarizados de última generación, porque la radiotelevisión siempre se basó en el tiempo, aunque no sucediera lo mismo con el contenido del programa, los juegos en la computadora son infinitos e Internet es inmediata. ¿Puede el tiempo sobrevivir, como antaño habría preguntado Lewis Carroll, a tamaña paliza?

Así, pues, debe ser el espacio, al menos por un tiempo. Y el espacio en múltiples dimensiones, si aceptamos que el espacio mismo, como sugiere Manuel Castells (1996), no es más que tiempo simultáneo. Déjeme proponer —y no es una idea original— que pensemos en nosotros mismos a lo largo de nuestra vida cotidiana, y en nuestra vida con los medios, como nómadas, vagabundos que se desplazan de un lugar a otro, de un medio a otro, y que en ocasiones pueden estar en más de un sitio a la vez, como podríamos creer que nos ocurre cuando, por ejemplo, miramos televisión o navegamos por la World Wide Web. ¿Qué tipos de distinciones pueden trazarse aquí? ¿Qué clases de movimientos resultan posibles?

Nos movemos entre espacios privados y públicos. Entre espacios locales y globales. Pasamos de espacios sagrados a espacios seculares y de espacios reales a espacios ficcionales y virtuales, ida y vuelta. Nos movemos entre lo familiar y lo extraño. De lo seguro a lo amenazante y de lo compartido a lo solitario. Estamos en casa o fuera de ella. Cruzamos umbrales y vislumbramos horizontes. Hacemos todas estas cosas sin cesar y en ninguna de ellas, en absolutamente ninguna, esta-

mos nunca sin nuestros medios, como objetos materiales o simbólicos, como guías o huellas, como experiencias o aides-mémoires.

Encender el televisor o abrir un diario en la privacidad de nuestra sala es embarcarse en un acto de trascendencia espacial: una ubicación física identificable —el hogar— confronta y abarca al planeta. Pero esa acción, leer o ver, tiene otros referentes espaciales. Nos vincula con otros, nuestros vecinos conocidos y desconocidos, que a su vez están haciendo lo mismo. La pantalla parpadeante, el revuelo de la página, nos unen por un momento —pero de manera muy significativa, al menos durante el siglo XX— en una comunidad nacional. Sin embargo, compartir un espacio no es necesariamente poseerlo; ocuparlo no nos da obligatoriamente derechos. Nuestras experiencias de los espacios mediáticos son particulares y a menudo fugaces. Rara vez dejamos una huella, apenas una sombra, cuando nos relacionamos con aquellos, los otros, a quienes vemos o escuchamos o sobre los cuales leemos.

Nuestro tránsito diario implica movimientos a través de diferentes espacios mediáticos y dentro y fuera de ellos. Los medios de comunicación nos ofrecen estructuras cotidianas, puntos de referencia, puntos de detención, puntos para el vistazo y la mirada atenta, puntos para unirnos y oportunidades de desunirnos. Los flujos incesantes de la representación mediática son interrumpidos por nuestra participación en ellos. Fragmentados por la atención y la desatención. Nuestro ingreso en el espacio mediático es tanto una transición de lo cotidiano a lo liminar como una apropiación de lo liminar por lo cotidiano. Los medios pertenecen al ámbito de todos los días y, a la vez, son una alternativa a él.

Lo que digo es un tanto diferente de lo que Manuel Castells (1996, pág. 376 y sigs.) identifica como «espacio de flujos». Para Castells, el espacio de flujos señala las redes electrónicas pero también materiales que proporcionan el reticulado dinámico de la comunicación a lo

largo del cual se mueven sin cesar la información, los bienes y las personas en nuestra era informacional emergente. La nueva sociedad se construye en su movimiento, su eterno fluir. El espacio se vuelve lábil, se disloca de la vida que se vive en los lugares reales, aunque en cierto sentido sigue dependiendo de ella. Al reconocer esta abstracción, mi punto de partida prefiere ligar el flujo de lo que Castells llama «la era informacional» a los cambios dentro y a través de la experiencia, dado que se producen en ella: en cuanto se sienten, se conocen y a veces se temen. También nos movemos en espacios mediáticos, ya sea en la realidad ya sea en la imaginación, tanto material como simbólicamente. Estudiar los medios es estudiar estos movimientos y sus interrelaciones en el espacio y el tiempo y quizá también, como consecuencia, descubrirse no tan convencido por los profetas de una nueva era, así como por la uniformidad y los beneficios de esta.

De modo que, si estudiar los medios es estudiarlos en su contribución a la textura general de la experiencia, se deducen de ello algunas cosas. La primera es la necesidad de reconocer la realidad de la experiencia: las experiencias son reales, aun las mediáticas. En cierto modo, esto nos opone a gran parte del pensamiento posmoderno que sostiene que el mundo que habitamos está seductora y exclusivamente compuesto de imágenes y simulacros. Según este punto de vista, el mundo es un ámbito donde las realidades empíricas son negadas progresivamente, tanto para nosotros como por nosotros, en el sentido común y la teoría. Esta concepción nos hace vivir la vida en espacios simbólicos y eternamente autorreferenciales que no ofrecen más que las generalidades del *ersatz* y lo hiperreal, sólo nos brindan la reproducción y nunca el original y, de ese modo, nos niegan nuestra propia subjetividad y, en rigor, nuestra capacidad de actuar de manera significativa. Desde esta perspectiva, debemos aceptar el desafío que significa nuestro fracaso colectivo en distinguir la realidad de la fantasía y el empobrecimiento, si bien impuesto,

La experiencia de los medios

de nuestras capacidades imaginativas. Para este punto de vista, los medios se convierten en la medida de todas las cosas.

Pero sabemos que no lo son. Sabemos, aunque sólo sea de nosotros mismos, que podemos distinguir y distinguimos entre fantasía y realidad, que podemos mantener y mantenemos una distancia crítica entre nosotros y nuestros medios, que nuestras vulnerabilidades a la influencia o la persuasión mediáticas son desaparejas e impredecibles, que hay diferencias entre mirar, entender, aceptar, creer, influir o representar, que nos cercioramos de lo que vemos y oímos en comparación con lo que sabemos o creemos, que de todos modos ignoramos u olvidamos gran parte de ello y que nuestras respuestas a los medios, tanto en particular como en general, varían según los individuos y a través de los grupos sociales, de acuerdo con el género, la edad, la clase, la etnia y la nacionalidad, y también a lo largo del tiempo. Sabemos todo eso. Es sentido común. Y si quienes estudiamos los medios decidiéramos, no obstante, cuestionar ese sentido común —cosa que hacemos, conveniente y continuamente—, no podríamos hacerlo sin caer en la misma trampa en la que vimos caer a otros: no lograr tomar en serio la experiencia y utilizarla para someter a prueba nuestras teorías, es decir, someterlas a pruebas empíricas. Tampoco nuestras teorías escapan nunca a lo autorreferencial. También ellas se convertirán, sin fin, en reflexivamente irreflexivas.

Abordar la experiencia de los medios, así como su aporte a la experiencia, e insistir en que se trata de una empresa a la vez empírica y teórica, es más fácil de decir que de hacer. Esto se debe, en primer lugar, a que nuestra pregunta nos exige investigar el papel de los medios en el modelado de la experiencia y, a la inversa, el papel de la experiencia en el modelado de los medios. Y, en segundo lugar, a que nos obliga a indagar más profundamente en lo que constituye la experiencia y su modelado.

Concedamos, entonces, que la experiencia es, en efecto, modelada. Los actos y los acontecimientos, las palabras y las imágenes, las impresiones, las alegrías y las aflicciones, e incluso las confusiones, resultan significativos en la medida en que pueden relacionarse entre sí dentro de algún marco a la vez individual y social: un marco que, aunque tautológicamente, les da significado. La experiencia es una cuestión de identidad y diferencia. Es al mismo tiempo única y compartible. Es física y psicológica. Hasta aquí, todo resulta claro y, en rigor, trivial y obvio. Pero, ¿cómo se modela la experiencia, y cómo cumplen los medios un papel en su modelado?

La experiencia se moldea, ordena e interrumpe. Es moldeada por agendas anteriores y experiencias previas. Se ordena de acuerdo con normas y clasificaciones que pasaron la prueba del tiempo y de lo social. Es interrumpida por lo inesperado, lo no preparado, la contingencia, la catástrofe, su propia vulnerabilidad, su inevitable y trágica falta de coherencia. La experiencia es objeto de actuación e influencia. En este aspecto es física, y se basa en el cuerpo y sus sentidos. A decir verdad, el carácter común de la experiencia corporal a través de las culturas es lo que los antropólogos, en particular, adujeron como precondition para nuestra aptitud de entendernos recíprocamente. «La imaginación surge del cuerpo tanto como de la mente», sugiere Kirsten Hastrup (1995, pág. 83), pese al hecho de que esto se advierte en escasas oportunidades. El cuerpo en la vida, su encarnación, es la base material de la experiencia. Nos da una ubicación. Es el lugar no cartesiano de la acción y el lugar, también, de las aptitudes y competencias sin las cuales quedamos inhabilitados. Esto tiene implicaciones importantes en cuanto al modo de abordar los medios y la intrusión de estos en la experiencia corporal, puesto que se entrometen, continua y tecnológicamente. El concepto de *techne* de Martin Heidegger aprehende el sentido de la tecnología como habilidad. Nuestra capacidad de relacionarnos con los me-

dios tiene como precondition la capacidad de manejar la máquina. Empero, como ya lo he señalado, podemos pensar en los medios como extensiones corporales, prótesis, y entonces no significa dar un gran paso comenzar a perder de vista los límites entre lo humano y lo técnico, el cuerpo y la máquina. Piense digital. Habrá más que decir sobre los medios y los cuerpos.

Y en los cuerpos hay algo más que físico. La experiencia no se agota ni en el sentido común ni en el desempeño corporal. Tampoco está contenida en la mera reflexión sobre su capacidad de ordenar y ser ordenada. Puesto que, burbujeante debajo de la superficie de la experiencia, está el inconsciente, que perturba la tranquilidad y fractura la subjetividad. Ningún análisis de los medios puede ignorarlo, ni las teorías que lo abordan. Y así llegamos al psicoanálisis.

Sí, pero el psicoanálisis es un gran problema.

Lo es en varios aspectos. Propone, y tal vez lo haga con el mayor vigor, una manera de abordar lo perturbador y lo no racional. Nos obliga a confrontar con la fantasía, lo ominoso, el deseo, la perversión, la obsesión: los llamados trastornos de lo cotidiano que se representan y se reprimen —las dos cosas— en los textos mediáticos de uno u otro tipo, y que perturban el delgado tejido de lo que suele pasar por racional y normal en la sociedad moderna. El psicoanálisis es como un lenguaje. Es como el cine. Y viceversa. El paso de la teoría y la práctica clínicas a la crítica cultural está sembrado de ofuscación y, a menudo, la elisión demasiado ligera de lo particular y lo general, así como la arbitrariedad (enmascarada como teoría) de la interpretación y el análisis. No obstante, como el propio inconsciente, el psicoanálisis no se marchará. Nos ofrece una manera de pensar los sentimientos: los miedos y las desesperaciones, alegrías y confusiones que arañan y hieren lo cotidiano.

El psicoanálisis también es un gran problema en la medida en que perturba la confortable racionalidad de gran parte de la teoría de los medios, cognitiva en su

orientación y conductista en su intención. Pone en tela de juicio el reduccionismo sociológico, aunque en su mayor parte omite reconocer lo social. Es, o sin duda debería ser, un enfoque para fortalecer la percepción de las complejidades de los medios y la cultura sin clausurarlas. Si queremos estudiar los medios, es preciso que enfrentemos el papel del inconsciente tanto en la constitución como en la impugnación de la experiencia y, asimismo, si queremos responder la pregunta, ¿por qué estudiar los medios?, parte de nuestra respuesta deberá ser: porque propone un camino, si no una vía regia, hacia los territorios ocultos de la mente y el significado.

La experiencia, mediatizada y mediática, surge en la interfaz del cuerpo y la psique. Se expresa, desde luego, en lo social y en los discursos, la conversación y las historias de la vida cotidiana, donde lo social se reproduce constantemente. Citemos una vez más a Hastrup: «La experiencia no sólo está siempre anclada en una colectividad, la verdadera *agencia* humana también es inconcebible al margen de la conversación continua de una comunidad, de la que surgen las distinciones y evaluaciones previas necesarias para tomar decisiones sobre los actos» (Hastrup, 1995, pág. 84).

Nuestras historias, nuestras conversaciones, están presentes en las narraciones formales de los medios, en los programas periodísticos y en los de ficción, como en nuestros relatos cotidianos: chismes, rumores e interacciones casuales en los que encontramos los recursos para fijarnos en el tiempo y el espacio. Sobre todo, de fijarnos en nuestras relaciones mutuas, conectar y separar, compartir y rechazar, individual y colectivamente, en la amistad y la enemistad, la paz y la guerra. Se ha sugerido (Silverstone, 1981) que tanto la estructura como el contenido de las narraciones mediáticas y las de nuestros discursos de todos los días son interdependientes, y que juntas nos permiten expresar y medir la experiencia. Lo público y lo privado se entrelazan narrativamente. Así tiene que ser. En las telenovelas y los *talk shows*, los significados privados se ventilan

públicamente y los significados públicos se ofrecen al consumo privado. La vida privada de las figuras públicas se convierte en la materia de la telenovela diaria; los actores de telenovela se convierten en figuras públicas a quienes se exige que construyan una vida privada para consumo público. ¡Hola!* Hello!

¿Qué pasa aquí? En el núcleo de los discursos sociales que se arraigan en torno de la experiencia y la encarnan, y para los cuales nuestros medios se han vuelto indispensables, hay un proceso y una práctica de clasificación: el establecimiento de distinciones y juicios. La clasificación, entonces, no es sólo un asunto intelectual y ni siquiera práctico, sino, en términos de Berlin, estético y ético. Podemos manejar nuestra vida en la medida en que existe una pizca de orden, suficiente para brindar las seguridades que nos permiten llegar al final del día. Sin embargo, ese orden, tal como somos capaces de alcanzarlo, no es neutral ni en sus condiciones ni en sus consecuencias, en el sentido de que choca con el orden de otros, y en el sentido de que dependerá del orden, e incluso del desorden, de los otros. También aquí enfrentamos una estética y una ética —una política, en esencia— de la vida cotidiana, para las cuales los medios nos proveen, en un grado importante, tanto de herramientas como de problemas: los conceptos, categorías y tecnologías para construir y defender distancias; los conceptos, categorías y tecnologías para construir y sostener conexiones. Estas herramientas tal vez sean más evidentes que nunca, y por lo tanto más contenciosas, cuando una nación está o se siente en guerra. No permitamos, empero, que esta visibilidad momentánea nos ciegue al trabajo diario en el cual nosotros —de nuevo, tanto individual como colectivamente— y nuestros medios estamos constante e intensamente comprometidos, minuto a minuto, hora a hora.

* En castellano en el original. (N. del T.)

Por consiguiente, en la medida en que los medios ocupan, como lo he sostenido, un lugar central en el proceso de establecimiento de distinciones y juicios, y en la medida en que, precisamente, mediatizan la dialéctica entre la clasificación que modela la experiencia y la experiencia que colorea la clasificación, debemos indagar en las consecuencias de esa mediatización. *Debemos estudiar los medios.*